

« Le déclic du tourisme »



Didier Arino : « Le potentiel de progression de Bordeaux est considérable ». PHOTO STÉPHANE LARTIGUE

INTERVIEW Pour Didier Arino de Protourisme, le potentiel de progression de Bordeaux est considérable. 30 % au moins sur les six sept ans qui viennent

JEAN-PAUL VIGNEAUD

jp.vigneaud@sudouest.fr

Protourisme, l'un des plus grands cabinets d'audit, de conseil et de marketing dans le domaine touristique est, peu de gens le savent, basé à Ambarès.

Didier Arino, son directeur général, était l'invité hier de l'assemblée générale de l'office du tourisme de Bordeaux. Pour parler tourisme urbain et de l'avenir de Bordeaux en la matière.

« Sud Ouest ». Le tourisme urbain, une formule à la mode ou une réalité ?

Didier Arino. C'est un vrai phénomène. Depuis 30 ans, le tourisme urbain ne cesse de gagner des parts de marché sur le tourisme rural et le tourisme du bord de mer. Aujourd'hui, c'est 30 % des séjours et 40 % des retombées économiques. Et Bordeaux en bénéficie pleinement.

On dit même que Bordeaux est devenue une ville phare. Est-ce vrai ?

C'est effectivement la frénésie bordelaise, comme ça a été la frénésie lilloise, nantaise ou encore marseillaise à une époque. Les grandes villes qui ont su revoir leurs aménagements, se donner une nouvelle image, revoir leur politique de communication, créer de nouvelles animations et festivités ont vécu ce phénomène. L'an passé, Bordeaux a été la seule ville à progresser. Même Paris a stagné.

À Bordeaux, à quel moment, selon vous, s'est produit le déclic ? Bordeaux est sortie de l'ombre lorsqu'elle a changé de visage avec ses quais réaménagés, son fleuve retrouvé. Pour moi, le déclic s'est produit en 1998, au moment de la coupe de monde de football. Avant, Bordeaux était une ville de passage où l'on ne connaissait d'elle que le pont d'Aquitaine et la rocade embouteillée. Aujourd'hui, elle est une ville que l'on veut absolument visiter, une ville plaisir, une ville désir.

Pensez-vous que cela va durer ?

C'est la décennie bordelaise ! Cela devrait durer au moins jusqu'en 2020. Le potentiel de progression est considérable. De 30 % au moins. Grâce aux effets de nouveaux leviers qui vont attirer un plus grand nombre de touristes français et étrangers.

Quels leviers ?

Le centre des civilisations du vin, tout d'abord, en 2016. Nous avons réalisé l'étude d'impact économique de ce futur lieu d'animation. C'est un projet vraiment exemplaire, bien étudié, bien mené. Cela va devenir le totem de la ville. 400 000 visiteurs au moins par an. 36 millions d'euros de retombées économiques pendant la construction, 40 millions lorsque le site sera en activité.

Et puis, il y aura la LGV en 2017. Difficile encore d'en mesurer l'impact mais il sera très important.

LA QUESTION QUI REVIENT

Un autre événement annuel ?

Un festival ? Un événement international ? Une fête géante en plus de celles du vin et du fleuve comme la Fête des lumières de Lyon ? Il ne se passe pas une assemblée générale sans que des personnes présentes souhaitent un rendez-vous annuel de plus pour remplir les hô-

tels et faire tourner le commerce. Alain Juppé dit qu'il n'est pas contre mais que cela ne peut se faire qu'à l'échelle de l'agglomération avec l'aide de toutes les collectivités. « Ce n'est pas les idées qui nous manquent, c'est l'argent », dit-il en résumé.

La ville a-t-elle les moyens d'accueillir autant de touristes ?

Si l'on se réfère au seul nombre de chambres, oui ! Le retard a été rattrapé. 8 100 chambres sur l'agglomération dont 4 300 dans la seule ville de Bordeaux. Et à cela s'ajoutent 8 000 lits en résidences de tourisme soit l'équivalent de 2 500 chambres. L'agglomération ne répond pas totalement toutefois aux besoins. L'éventail d'établissements proposés n'est pas suffisamment large à mon avis.

L'été arrive. On dit que la saison sera mauvaise...

La saison ne s'annonce pas très

bonne, en effet. Seuls 44 % des Français comptent partir cet été contre 47 % l'an passé et 52 % en 2010. Jamais, même au plus fort de la crise de 2009, nous n'avons constaté une telle chute des intentions de départ. Le budget consacré par chaque vacancier sera lui aussi en baisse de 4,5 %. 1 230 euros par foyer, contre 1 290 euros en 2012. Le budget a diminué de 11 % en quatre ans (1).

Cela ne semble pas être le cas pourtant à Bordeaux. En mai, il y a eu beaucoup de touristes, il y en a encore...

Oui, mais Bordeaux n'échappera pas à la crise. Ici comme ailleurs,

pour l'instant, les prévisions sont inférieures à celles de 2012. Selon nos estimations, le taux d'occupation des hôtels sera en chute de 2 %, le chiffre d'affaires (revenu-chambre) en baisse de 3,5 %. Bordeaux résistera mieux que d'autres villes toutefois. Mieux que Toulouse où le revenu-chambre sera en baisse (- 6 %), mieux aussi que Marseille (- 7 %).

(1) Ces résultats sont le fruit de deux enquêtes menées fin février et début mars. La première par téléphone (1 006 personnes représentatives de la population), la seconde sur Internet (2 017 personnes représentatives des vacanciers français)

5 millions de visiteurs l'an dernier

TOURNY L'office de tourisme tenait son assemblée générale hier en fin d'après-midi

« Qui n'avance pas recule ! Les résultats enregistrés sont bons mais il ne faut surtout pas de se contenter ce bilan. Il faut faire mieux, viser plus haut. »

Alain Juppé a toujours cru à l'industrie du tourisme mais là, visiblement, il y croit plus encore. Il faut dire qu'il n'y a pas beaucoup de secteurs qui marchent à ce jour et celui-ci, effectivement, s'en sort mieux que d'autres. Aussi le maire de Bordeaux demande-t-il à l'office du tourisme (en assemblée générale hier après-midi) de passer la vitesse supérieure.

De quoi réjouir Stephan Delaux, le président de l'office. Lui aussi croit dur comme fer aux retombées du tourisme. Il n'arrête pas le dire : « C'est un secteur en plein développement et créateur d'emplois. » L'office aurait tort aussi de ne pas profiter du vent favorable qui porte

Bordeaux depuis quelques années. Au cours de l'année 2012, 5 millions de touristes ont parcouru les rues de la ville. Toutes activités d'accueil confondues : tourisme urbain, œnotourisme, tourisme fluvial, tourisme d'affaires.

783 619 touristes français et étrangers ont consulté le site Internet de l'office avant de venir (+ 11 %), presque tout autant (745 112) ont poussé la porte pour demander des renseignements et récupérer des dépliants. Malheureusement, il n'y a aucun outil pour mesurer précisément les retombées économiques. Un chiffre peut cependant donner une idée de la progression : le nombre de nuitées faisant l'objet d'une taxe de séjour dans les hôtels. 1 899 059 nuitées taxées en 2012. 45 374 de plus qu'en 2011. Soit une progression de 2,4 %.

Panneaux trop petits

Pour donner une idée du « phénomène Bordeaux », on peut aussi citer les 583 569 visites de musée (+ 1,67 %), les 112 837 visites de ville

(+ 1,99 %), les 6 942 balades fluviales (+ 13,62 %) ou encore les 1 609 autocars de tourisme accueillis sur l'espace qui leur est dédié place des Quinconces (un record).

Bordeaux peut faire mieux cependant. Didier Arino de Protourisme l'a clairement dit, en mettant en avant un certain nombre de secteurs dans lesquels il y avait des marges de progrès. La signalétique par exemple. On s'y perd avec des panneaux peu lisibles. « J'en conviens », note Alain Juppé. « J'ai quelques petits problèmes avec mes services techniques. Je souhaite des panneaux clairs, ne serait-ce que pour indiquer les hôtels, on met des panneaux si petits qu'on n'y voit rien. »

Bordeaux doit aussi mieux miser sur le numérique et les nouveaux moyens de communication. « Nous sommes en train de tout revoir dans ce domaine », indique Stephan Delaux. C'est la tâche de Nicolas Martin, le nouveau directeur de l'office et dès cette année, l'office utilisera de nouveaux outils.

J.-P. V.